

Title	大衆誌から宗教誌へ --広告にみるカラム誌の立ち位置の変遷
Author(s)	光成, 歩
Citation	CIAS discussion paper No.53 : 「カラム」の時代 VI.--近代マレー・ムスリムの日常生活2 = The Age of QalamVI--Everyday Life of Modern Malay Muslims 2 (2015), 53: 28-31
Issue Date	2015-03
URL	http://hdl.handle.net/2433/228633
Right	© Center for Integrated Area Studies (CIAS), Kyoto University
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	publisher

大衆誌から宗教誌へ—— 広告にみるカラム誌の立ち位置の変遷

光成 歩

1. はじめに

本稿は、創刊から1956年にかけての『カラム』掲載広告の推移の分析をとおして、『カラム』が総合誌から宗教誌へとその位置づけを変化させた過程を論じる。この時期の『カラム』の立ち位置の変化は、同時代の政治事件へのエドルスの対応を反映したものであった。政治事件とは、『カラム』およびカラム社発行の週刊誌『ワルタ・マシヤラカット』(Warta Masyarakat) 誌がUMNO支持者により燃やされた1953年10月の出来事である。『カラム』の発行部数はこれにより激減し、カラム社は経営難に陥った。エドルスは芸能誌『アネカ・ワルナ』(Aneka Warna) を発行することで財政難を乗り切ったが、これ以降『カラム』に掲載されるのは日用雑貨から化粧品に至る挿絵付きの多彩な商業広告から、教育・教材や宗教書、病院の広告およびカラム社の出版物の広告のみとなった。そして、1956年5月にムスリム同胞団を結成し、『カラム』がその機関誌となると、『アネカ・ワルナ』関係の広告が掲載されなくなるなど、カラム社の出版物の広告のなかでも娯楽性の強い媒体と宗教関係の媒体との区別が一層明確になっていった。

以下では、広告の数および種類の推移を検討し、『カラム』が政治や時事情報から芸能要素を含んだ総合誌から宗教誌へと変化する過程の一側面として論じる。対象とする時期は『カラム』創刊の1950年8月(創刊号は7/8月号)から1956年12月までとする。

2. 初期3年間の『カラム』広告 (1950年～1953年)

創刊から3年間は、人気女優をアイコンとした写真つき広告や、挿絵付きの商業広告が紙面を飾った。断食月明けの増刊号では40本近い広告が掲載され、そのほとんどが日用品、化粧品、高級自転車や時計など、多彩な種類の商業広告であった¹⁾。



写真1 1953年12月まで掲載されていた
ヘアオイルの広告

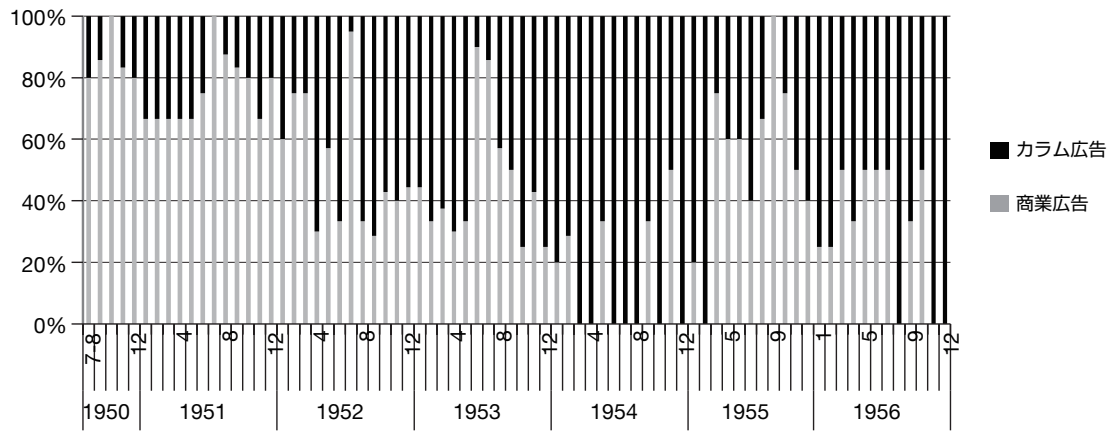
1950年から1951年にかけては商業広告の割合が特に高く、1952年半ば以降にカラム社の出版物の広告ページが増加する(グラフ1)。創刊から約3年の1953年6月号にかけての期間を平均すると、全ての広告ページに対し、商業広告は6割以上を占めた。

商業広告の種類の多様さや広告ページに占める割合の点では、1953年11月号まで同様の状態が続いた。エドルスは1953年4月に子ども向けの『カナ・カナ』(Kanak-kanak) 誌を、同年5月に『ワルタ』(Warta) 誌(週2回発行) を刊行しており、カラム社の経営状態も良好であったことが伺われる。商業広告が目に見えて減少するのは1953年12月号からである。

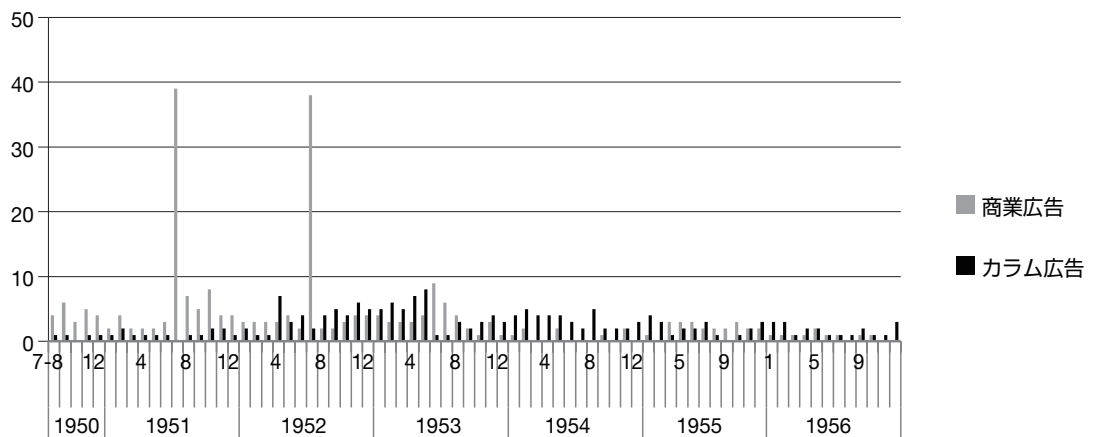
3. UMNOによる糾弾と『アネカ・ワルナ』 (1953年12月～1954年)

1953年10月29日に、ジョホール・バルにおいて『カラム』および『ワルタ・マシヤラカット』がUMNO総裁

1) 1953年6月までの掲載広告については拙稿[光成 2014]を参照されたい。



グラフ1 商業広告とカラム広告の割合変遷



グラフ2 広告数の変遷

のアブドゥル・ラーマンの指示によって燃やされる事件が起こった。『カラム』と『ワルタ・マシラカット』はマレー人の棺に入れられ、UMNO支持者らによって火をつけられた。アブドゥル・ラーマンは『カラム』のUMNO批判を糾弾し、『カラム』はマレー人の敵だ』としてマレー人に『カラム』ボイコットを求めた[The Straits Times 1953.10.30: 1; Talib 2002: 10; 山本 2003: 64]。

この事件を機にカラム社が経営難に陥ったことは、『カラム』の商業広告の激減にも明らかに見て取れる。1953年12月から1954年3月にかけて掲載された商業広告数は0～2本という低水準が続いた。この間も『カラム』の発行は続けられたが、1954年3月号、4月号、6号、7号、8号、10月号、12月号、1954年2月号において商業広告0本という状態であった(グラフ2)。

財政難²⁾の中、エドルスは1954年10月に芸能誌『アネカ・ワルナ』の発行を始める。『アネカ・ワルナ』は女性の扇情的な写真を多用した娯楽雑誌で、『カラム』における広告では次のように謳っている。

2)エドルスは68,000ドルの負債を抱えた[Talib 2002: 12]

もう『アネカ・ワルナ』を楽しみましたか？ もしまだならお見逃しなく。あなたの心をいつでも楽しませてくれます！快活で幸せな生活は、あなたを若々しく楽いらずにするでしょう！

第2号も発売間近。内容はより魅力的で幅広い全84ページで、他の追随を許さない美しい写真入り。特別掲載小説はアンワル³⁾の「美容整形」の他、「聖者司令官の信者」、「欲望の絶頂を迎えたら！」(…)。注意：子どもは読むべからず。第2号は露出が増加します

[Qalam 1954.12: 41]。

女優や歌手の写真、扇情的な小説が受けた『アネカ・ワ

3) アンワル(Anwar)はマレー人作家イシャク・ムハンマド(Ishak Muhammad)の筆名のひとつ。イシャク・ムハンマドは1910年バハン生まれで、マレー高等文官を1933年に辞した後、マレー語紙ワルタ・マラヤやウトゥサン・ムラユ記者となった。戦後ブルハスッディン・アルヘルミらとマラヤ・ムラユ民族党(PKMM)を立ち上げたが、1948年に逮捕された。1953年に解放されると社会主義戦線やマラヤ労働党で活動し、同時に小説を量産した。1965年から1966年にかけて再び拘禁されていたが、その後「Pak Sako」の筆名でウトゥサン・ムラユの人気コラムニストとなる。アンワルが寄稿を止めたことで『アネカ・ワルナ』の売り上げが落ちたほどの人気作家だった[Hooker 2000: 384-385; Roff 1974: 226-229; Talib 2002: 12]。

表1 1953年12月～1954年12月の商業広告

事業者名	事業拠点	広告内容	掲載回数
パンジャブ薬店 (Punjab Medical Hall)	シンガポール	痔の治療薬	6
ウォーキー薬店 (Woh Kee Medical Hall)	クアラ・ランプール	英国からの輸入薬販売	1
S. O. バマダージ (S.O.Bamadhaj)	シンガポール&ジョホール・バル	トルコ産ソニコ輸入販売	1
マラヤにおけるインドネシア語発展局 (Dewan Perkembangan Bahasa Indonesia di Malaya)	クアラ・カンサー (ペラ)	インドネシアの書籍輸入販売	1

表2 1955年1月～1956年12月の商業広告

事業者名	事業拠点	広告内容	掲載回数
パンジャブ薬店 (Punjab Medical Hall)	シンガポール	痔の治療	10 (～1955.12)
ヤフヤ・アリフ (Yahya Ariff)	クアラ・カンサー (ペラ)	宗教、アラビア語、英語の通信教育	15 (1955.3～1956.6)
C. ロング・アブバカル (C. Long Abubakar)	クアラ・トレンガヌ (トレンガヌ)	栄養剤・強壮剤	2
サイフィ・ボンベイ屋 (Saifi Bombay Store)	バトゥ・パハ (ジョホール)	ハリ・ラヤの祝辞	1
スター写真店 (Star Photos)	クアラ・ランプール	UMNO本部落成記念写真の販売	1
M. N. アブドゥル・ハミド (M. N. Abdul Hamid)	クアラ・ランプール	ハリ・ラヤのカード販売	1
スター・ファン・コンバイン	シンガポール	芸能ファンクラブ	1
S. K. アブドゥル・ラフマン	ポンティアン (ジョホール)	カラム社の書籍販売店	1

ルナ』は若者を中心に人気を集め、カラム社を経営難から救った⁴⁾。ただし『ワルタ』誌は1955年12月に停刊となったことから、カラム社の出版物一般が人気を回復したとは言えない。1953年12月から1954年にかけて『カラム』に掲載された数少ない広告は、表1のとおりである。

パンジャブ薬店の他はすべて単発の広告で、広告収入は極めて乏しく不安定だったと言える。広告の事業主はその名称からインド系、中華系、インドネシア系であることが分かる。マレー人のボイコットが続くなか、広告という形で『カラム』に資金提供していたのがマレー人ムスリム以外の事業者たちであることは興味深い。

4. ムスリム同胞団結と宗教的要素の強調 (1955年～1956年)

1955年以降は、総数は少ないものの一定の商業広告が毎号掲載されるようになる。

平均すると1953年7月から1956年12月にかけての商業広告が全広告に占める件数は33%で、創刊から最初の3年間までの半分程度の水準であった。

商業広告といってもこの時期のものは教育や医院の広告で、消費意欲を刺激するものではなくなっていた。ほぼ毎号広告を出していたパンジャブ医院とヤフ



写真2 通信教育の広告

ヤ・アリフの通信教育がそれぞれ1955年12月、1956年6月に掲載されなくなると、1956年中盤は単発の広告が毎号0～2本程度載るのみとなり、さらに1956年10月以降商業広告の掲載は0となる。カラム社の出版物の広告は続いたが、1956年後半以降は『アネカ・ワルナ』に関係する広告もなくなった。

商業広告が掲載されなくなった背景には、カラム社が『アネカ・ワルナ』を収入源とするようになったことで、『カラム』がそれ自体の広告収入によらず発行されるようになったという棲み分けの確立があった。また、1956年5月のムスリム同胞団結成も重要な転機だったと考えられる。『カラム』は1956年以降、ムスリム同胞団の機関誌の役割を担うようになり、誌上唯一の挿絵ページはムスリム同胞団への勧誘や同胞団員への呼びかけ欄となった。また、毎号掲載されるムスリム同胞団員名簿によると、ムスリム同胞団結成から半年で938人が、一年後には1848人が加入していた[Qalam 1956.12: 43-46; Qalam 1957.6: 48-50]⁵⁾。読者層が固定化されることで、『カラム』から娯楽や消費文化を煽る要素が消え、イスラム的な側面を強調するようになったのである。これを端的に示すのが、1956年以降の『カラム』で、芸能人の写真を使った「アネカ・ワルナ・カレンダー」に代わり、「タクウィム・カラム」(Takwim Qalam) が宣伝されるようになったことである⁶⁾。「タクウィム」とはアラビア語の暦を意味する言葉で、「タクウィム・カラム」とはつまり「カラム・カレンダー」である。「タクウィム・カラム」は、宗教指導者像やモスク・風景の写真を使った日めくりカレンダーで、礼拝時刻やイスラム暦も記されていた[Qalam 1956.10: -3]。芸能・娯楽からイスラムへと『カラム』全体の情報発信の方向性がシフトしていることが、ここからも伺える。

5. おわりに

本稿では、1950年から1956年までの6年間、計77号分の『カラム』における広告紙面の分析を行い、初期の広告欄に表われていた消費や芸能などの娯楽要素が、UMNOによる糾弾事件を機に失われ、ムスリム同胞団の結成時期には明確にイスラム的要素に力点を移したことを明らかにした。本稿での検討範囲外となった1957年以降の発行分でも、商業広告がほぼ皆無という状態は続いている。1950年代はマラヤにおいて政治

的独立の枠組みが論じられ、マレー人右派政党UMNOの優位が確立していった時期である。この過程で、宗教を軸とする政治的主張は影響力をそがれていった。『カラム』焼却とボイコットの後に、『カラム』が再び大衆誌としての地位を取り戻すことは、こうした文脈からも考えにくい。こうした危機に対応して発行されたのが、女優の写真や扇情的な小説を売りにした芸能誌『アネカ・ワルナ』であった。『アネカ・ワルナ』が若者の人気を集める商業雑誌となる一方、『カラム』は消費や娯楽と関わる商業広告の掲載をやめ、より限定された読者を想定してイスラムの要素を強調するようになったのである。

大衆誌から宗教誌へという性格の変化は、広告欄のみを検討したなかでの暫定的な議論であり、今後『カラム』の論説文との相互検証を行うことで時期ごとの課題や危機に対する『カラム』の認識や対応を明らかにできるだろう。

参考文献

- Hooker, Virginia Matheson. 2000. Writing a New Society: Social Change through the Novel in Malay. Honolulu: Asian Studies Association of Australia, Allen & Unwin and University of Hawai'i Press.
- Roff, William R. 1974. The Origins of Malay Nationalism. (2nd edition). Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Talib Samat. 2002. Ahmad Lutfi: Penulis, Penerbit dan Pendakwah. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- 山本博之2003「東南アジアにおけるムスリム同胞団の成立とその初期の活動について」『ODYSSEUS』7:59-73。

5) 加入の呼びかけ直後には毎号100名分前後、多いときには200名分近くの名簿が掲載された。2年後には加入ペースは鈍化し、1958年6月の総数は2283人[Qalam 1958.6: 92]。

6) 1954年12月以降1956年1月までは、「アネカ・ワルナ・カレンダー」の1955年版、1956年版の予約注文を受け付ける広告が掲載されていた[Qalam 1954.12: 41; Qalam 1955.10: 24; Qalam 1955.11: 18; Qalam 1955.12:45; Qalam 1956.1:30]が、1957年版のカレンダーとして広告が打たれたのは「タクウィム・カラム」のみだった[Qalam 1956.10: -3; Qalam 1956.11: -3; Qalam 1956.12: 49]。